



Ecuador – Enero 2018 - ISSN: 1696-8352

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CUIDADO INTEGRAL Y ENTRENAMIENTO DE CANES

Autores e información del artículo:

Katherine del Rocío López Montecé

katytalopez20@gmail.com

Estudiante del tercer nivel egresada de la carrera de Ingeniería comercial.

MAE. Ing. Com. Franklin Antonio Gallegos Erazo.

fgallegose@ulvr.edu.ec

Docente

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Katherine del Rocío López Montecé y Franklin Antonio Gallegos Erazo (2018): "Plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (enero 2018). En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2018/creacion-empresa-canesh.html>

Resumen

Este artículo tiene la finalidad de orientar y brindar las herramientas necesarias para el Plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes, con un Diseño de procesos, que le permitirá con eficacia la elaboración del negocio y lograr tener ganancias.

Palabras clave: Objetivos, Organización y estructura, Organización de la producción, creación de empresas, Marketing, Publicidad.

Clasificación JEL: L21, L22, L23, M13, M31, M37

Abstract

This article aims to guide and provide the necessary tools for the Business Plan for the creation of a comprehensive care and dog training company, with a Process Design, which will effectively allow the business to be developed and achieve profitability.

key words: Objectives, Organization and structure, Organization of the production, creation of companies, Marketing, Advertising.

JEL classification: L21, L22, L23, M13, M31, M37

- **Introducción.**

Las personas tienen un cariño a los animales domésticos en especial a los perros, por lo que los motiva a adquirirlos para sus hogares, ya sea como para compañía, distracción, hobbies o para los niños. Pese al cariño de las personas que tienen hacia los animales, no suelen brindar la suficiente atención y en un buen cuidado por esa razón los canes carecen de una buena imagen estética y obtiene un olor desagradable, cada vez está más decaído el perro, que puede ser por la poca atención que le estén dando o también el descuido en una alimentación balanceada según su organismo y que con el tiempo lo lleve a una situación delicada de salud.

Existen casos que los dueños de los canes ya no desean la reproducción de la mascota por motivo que generan gastos, tiempo y espacio para cuidarlos y además genera miedo en el proceso de parto porque puede ocasionar problemas graves o hasta la muerte si no se le atiende en la forma adecuada.

Los parásitos internos son los problemas más comunes que tienen los canes, la falta de apetito incluso en sus comidas favoritas. Los cambios en el peso de los canes es notorio, incluso puede presentarse diarrea, fiebre porque los canes no son desparasitados adecuadamente.

Por falta de una higiene la mascota adquiere problemas dentales, infecciones de oído pueden ser la causa de un olor desagradable, ocasiona enfermedades de la piel y como una enfermedad muy común es la seborrea en el can.

Los perros de pelo largo en ocasiones tienen la parte posterior sucia debido a la defecación. Esto provoca Glándulas infectadas lo cual es una infección debida al vaciamiento inadecuado de las glándulas anales, esto produce mal olor y malestar en el perro.

Debido al excesivo pelo en las mascotas presentan una mala imagen estética y esto puede producir irritación en la piel empeorando por el clima caluroso, adicional tiene más probabilidades de adquirir parásitos externos como son las pulgas o las garrapatas, siendo estos parásitos los transmisores de enfermedades tales como el Lyme ocasionada por la garrapata.

Otro problema en la higiene de la mascota es la limpieza que ellos necesitan, cada cierto tiempo requiere de un baño medicado contra pulgas y garrapatas, ya que los dueños de los canes no le realizan el adecuado aseo.

Los dueños al momento de dejar los canes por mucho tiempo en sus domicilios puede cambiar el comportamiento de la mascota ya sea según la personalidad, uno de los casos puede ser muy extrovertido es decir inquieto que suele dañar las cosas en el lugar donde se encuentre y en otro caso el can puede llegar a ser agresivo con todas las personas que estén a su alrededor y esto puede ser una amenaza para la sociedad, ya que por la soledad de los perros adoptan comportamiento inusuales que no son comunes en ellos, para así desahogarse de la ansiedad que tienen. Y es ahí cuando los dueños no saben qué acción tomar, a veces las personas toman decisiones que no son correctas como es amarrarlos o aislarlos, y en peor de los casos abandonarlos o matarlos.

Por ese motivo se busca crear un plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil, con el propósito de brindar el servicio a los propietarios de los canes, en la cual se le brindará atención médica como vacunas, desparasitación, cirugía menor, emergencia, control de preñez, esterilización de machos y hembras. El servicio de peluquería como cambio de look, baño o limpieza, venta de alimentos y accesorios. Además con servicio de entrenamiento para la disciplina de los canes.

Teniendo en cuenta que la ubicación preseleccionada será por la carencia e inexistencia de una empresa que brinde éstos servicios ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil, en las cuales hay un crecimiento de población en ese sector de la ciudad en las cuales ya se encuentran nuevas ciudadelas y urbanizaciones en donde hay pocos servicio de cuidado integral de canes y ninguno de entrenamiento para los canes, en las cuales los lugares más cercanos que brinden similares servicios para la mascota se encuentran ubicados en las ciudadelas guayacanes, brisas del rio, sauces y alborada en las cuales surgen un problema a la comunidad que requieren de estos servicios.

El servicio que se va a brindar contara con un espacio amplio para el proceso del cuidado de la mascota.

- **Problemas del caso de estudio.**

No le brindan la suficiente atención y cuidado por la forma del can, además por un tiempo lo cuidan y por eso conllevan al descuido; obteniendo una mala imagen estética y un olor desagradable en el can, cada vez está más decaído que puede ser por la poca atención que le

estén dando o también el descuido en una alimentación balanceada según su organismo y que a la distancia lleve a una situación delicada de salud.

Además a la poca atención al can puede traer comportamiento que será poco inusual en el animal esto puede ser poco agradable hasta a veces un poco peligroso para las persona que le rodea.

Los dueños de las mascotas no están informados y no saben cuándo tiene que vacunar a sus perros y que vacunas nomas deben aplicarle para que tengan un mejor bienestar.

Los perros hoy en día se enferman a causa que no le brindan un buen cuidado en que no le aplican las vacunas adecuadas que los canes necesitan y se presentan diferentes enfermedades que son comunes en los canes y otras que puede causar hasta la muerte.

- **Objetivos de la Investigación**

Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

1. Determinar la demanda insatisfecha de servicios de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil
2. Identificar la competencia que oferte servicios de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil
3. Determinar las características que debe tener el servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes para satisfacer la demanda insatisfecha en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil
4. Evaluar financieramente el plan de negocios en la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil.

- **Justificación del proyecto de Investigación**

- ✓ **Justificación práctica:**

El presente proyecto de investigación es aplicable por ser un lugar donde hay crecimiento de población, en la cual hay pocos negocios que brinden servicios de cuidado para los canes y no hay empresas que den entrenamiento a los perros en ese sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales.

✓ **Justificación metodológica:**

Se va aplicar los conocimientos que se han adquirido en la formación académica a través de una investigación con enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, donde se va a realizar encuestas para identificar las necesidades de los dueños de canes. El diseño de la investigación será no experimental y transversal ya que la investigación de campo será aplicada una única vez

✓ **Justificación social:**

Socialmente es positivo porque se le va a brindar un servicio a la comunidad que necesita cuidado de los canes que son seres queridos por la familia, para que estén siempre con buena salud e higiene, con buena imagen y estética, reflejando de esta manera alegría por el buen estado de sus canes que son parte de la familia.

✓ **Justificación económica:**

El presente proyecto de investigación se justifica porque va a ser rentable y generará fuentes de empleo. El proyecto va a tener una adecuada planificación comercial y financiera, misma que se va a realizar en un sector que hay empresa que oferte estos servicios y donde hay un crecimiento en la población donde la mayoría son de clase media, siendo un mercado atractivo.

• **Intencionalidad de la Investigación**

Delimitación o alcance de la investigación.

Se va a realizar la investigación en el sector del norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil, en las cuales abarca las siguientes ciudadelas:

- ✓ Urb. Jardines del Rio.
- ✓ Veranda.
- ✓ Ciudad del Rio I.
- ✓ Ciudad del Rio II.
- ✓ Metrópolis II.
- ✓ Cdla. Mucho lote II.
- ✓ Urb. Paraíso del Rio.
- ✓ Urb. Villa España II.
- ✓ Urb. Victoria del Rio.
- ✓ Urb. Victoria.
- ✓ Urb. Plaza Victoria.
- ✓ Condominios la Perla.
- ✓ Urb. "La Perla" Segunda Etapa.

Figura 1. Ubicación del sector “mercado meta” Ciudadelas en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de la ciudad de Guayaquil



Fuente: (Google, s.f)

- **Fundamentos Teóricos.**

Planeación estratégica.

Figura 2. Pasos de la planeacion estratégica



Fuente: Libro de Marketing (Kotler & Armstrong, 2012)

Es un objetivo específico para guiar a la compañía, después del departamento de operaciones indica que productos y negocios es mejor para la compañía y cada uno de ellos tienen desarrollado el marketing y detallados, otros planes para el apoyo de la compañía donde el marketing tiene un papel importante en la empresa para todos los niveles de la compañía.

Pertinencia Teórica:

Para la planeación de marketing y otras estrategias funcionales en la empresa, la misión y visión que será del negocio será elaborado en el siguiente capítulo 4, también se determine los objetivos y las metas en la empresa. Se contará con personas profesionales para les den un mejor servicio y atención a los clientes para sus canes.

Minimizar el riesgo al fracaso

Una vez determinada sobre cual se elabora un plan de negocio, el creador debe tener en cuenta las siguientes fases:

Figura 3. Pasos para minimizar el riesgo al fracaso.



Fuente: Libro de Marketing (Galindo, 2011)

Mediante la Figura7 refleja que el empleador debe tener en cuenta las siguientes fases:

- **1.- Estudio Preliminar:** Se debe ver si hay otros proyectos iguales y que no esten patentados. tambien se debe verificar mano de obra tipos de distribucion y el sector donde se va a emplear.
- **2.- Prefactibilidad:** Se va a evaluar cual es la mejor alternativa para tomar la decision y que minimicen los errores que se puedan dar durante el proyecto.
- **3.- Estudio de Factibilidad:** se trata sobre información recolectada y verificada, de ello depende el éxito del proyecto y que la información sea de fuentes primarias. Donde principalmente sera identificar que tipo de servicio o producto y a que mercado va a hacer dirigido la viabilidad financiera y económica, también si es pertinente la exportación de lo que se va a brindar. (Galindo Ruiz., 2011, p.45)

Pertinencia teórica

Estudio Preliminar: Mediante la investigación de mercado se ha determinado que en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en la ciudad de Guayaquil, no hay negocios iguales o similares en las cuales brinden servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes, en la existencia de la demanda que necesiten del servicio.

Estudio Prefactibilidad: Mediante los estudios realizados en la investigación de mercado indica que no se encuentra negocio que brinde servicios para canes en ese sector, para que sea viable la mejor ubicación para el plan de negocio será en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en la ciudad de Guayaquil, en la que se va a brindar el servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes.

Estudio de Factibilidad: Se realizara el estudio legal y administrativo, se indicara en el capítulo cuatro los estados financieros en cuanto se va a invertir y cuanto se va a utilizar para implementar el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes. Se analizara la viabilidad financiera y económica que resulte el negocio.

Analisis de marketing

En el mercado las empresas necesitan realizar un análisis FODA, se pueda analizar las fortalezas (F), las oportunidades (O), las debilidades (D) y las amenazas (A) en general de la compañía.

Figura 4. Analisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.



Fuente: Libro de Marketing (Kotler & Armstrong, 2012)

Fortalezas: Donde las capacidades, recursos y factores ven lo positivo interno de la compañía y lograr sus objetivos con sus clientes.

Debilidades: Es lo negativo de las situaciones de la compañía y las limitaciones interna y externa que dificulta al crecimiento de la compañía.

Oportunidades: Es el entorno que favorece para obtener ventaja y tener mejor oportunidad en el mercado.

Amenazas: Es el entorno que no favorece y donde se verificara el desempeño para superarlas.

Pertinencia Teórica:

Para la creación en el análisis completo en la compañía se realizara el análisis FODA en el capítulo 4 e indicara las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.

Valor presente neto (VPN)

Es la inversión principal del proyecto que entran flujos para el efectivo descontado y el capital del negocio, se lo realiza con técnica de elaboración de capital.

Figura 5. Valor presente neto (VPN).

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1+k)^t} - FE_0$$

Fuente: Libro de Principios de administración financiera (Lawrence & Chad, 2012)

Pertinencia Teórica.

En la elaboración del presente proyecto de investigación para la creación de la empresa que brinde el servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes, en la obtención del presupuesto de capital de tendrá detallado en el capítulo cuatro e indique la administración financiera del proyecto, en la cual se va a evaluar el VPN para poder indicar si el proyecto es rentable o no.

Tasa interna de rendimiento (TIR).

La tasa de descuento que es igual al VPN de una oportunidad en inversión con \$0, se debe que el valor presente en las cantidades de efectivo sea igual a la inversión inicial. Son tasas que ganara el negocio que se invirtió en un proyecto para recibir ganancia.

Figura 6. Tasa interna de rendimiento (TIR)

$$\begin{aligned} \$0 &= \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1+TIR)^t} - FE_0 \\ \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1+TIR)^t} &= FE_0 \end{aligned}$$

Fuente: Libro de Principios de administración financiera (Lawrence & Chad, 2012)

Pertinencia teórica.

Se va a realizar la TIR en el proyecto de investigación que indicara la tasa de rendimiento que se generar ganancia en la creación de la empresa y en obtener la cantidad de efectivo esperada se tendrá detallado en el capítulo cuatro de la administración financiera, en la cual indique los flujos de efectivo para cerciorarse que el negocio sea viable y rentable en la implementación de la empresa que brinde servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil.

- **Marco Legal.**

De forma general el proceso a seguir para la constitución legal de la empresa es:

- Solicitud de la reserva de la denominación.
- Apertura de la cuenta de integración de capital

- Levantamiento de escritura publica
- Envío de la escritura pública a la Superintendencia de compañías para su aprobación.
- Registrar ante un notario el acuerdo de aprobación la empresa por parte de la Superintendencia de Compañías.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Inscripción en el Registro Mercantil de los nombramientos del presidente y representante legal.
- Obtención de la patente municipal.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Afiliación de empleos y trabajadores al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

Obtención del permiso sanitario de funcionamiento, permiso de bomberos.

- **Metodología de investigación**

Para el modelo de la investigación del proyecto sea factible, mediante creación de una empresa que brinde servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes, se pueda cubrir la deficiencia de negocio que tengan servicios similares en el sector norte en la vía terminal terrestre pascuales de Guayaquil y en la que no tengan la necesidad de movilizarse a lugares lejanos de su domicilio.

Para el proyecto el diseño de la investigación son de forma no experimental y transversal.

Población.

La población que se va examinar son las personas o familias que tengan canes en su hogar y se alojan en el sector norte en la vía terminal terrestre pascuales en Guayaquil que correspondan a la población económicamente activa.

En el proceso de la investigación del mercado sirve como un medio de recopilación de información que nos ayuda anticipar problemas.

Se determina un sistema de análisis en la información técnica que podrá recopilar, clasificar, organizar e interpretar los datos sea cuantitativo conseguidos el origen de la información para poder tomar decisiones apropiadas para una mejor dirección en la empresa.

Para poder realizar una mejor investigación de mercado es necesario realizar encuestas y se debe elegir una muestra.

El Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (Inec): Tamaño promedio del hogar ecuatoriano es de 3.9 personas, es decir un valor aproximado de 4 personas por hogar (Inec: Tamaño promedio del hogar ecuatoriano es de 3.9 personas, 2013).

A continuación se detalla un aproximado en la cantidad de casas y posibles personas en donde se encuentran ubicadas las ciudadelas en el sector norte en la vía terminal terrestre pascuales en Guayaquil.

- ✓ **Urb. Jardines del Rio:** 124 casas = 496 personas.
- ✓ **Veranda:** 400 casas = 1600 personas.
- ✓ **Ciudad del Rio I:** 602 casas = 2408 personas.
- ✓ **Ciudad del Rio II:** 400 casas = 1600 personas.
- ✓ **Metrópolis II:** 1125 casas = 4500 personas.
- ✓ **Cdla. Mucho lote II:** 10000 casas = 40000 personas.
- ✓ **Urb. Paraíso del Rio:** I y II. 1600 casas = 6400 personas.
- ✓ **Urb. Villa España II:** 460 casas x 4 sectores = 1800 casas = 7200 personas.
- ✓ **Urb. Victoria del Rio:** 400 casas = 1600 personas.
- ✓ **Urb. Victoria:** 450 casas = 1800 personas.
- ✓ **Urb. Plaza Victoria:** 420 casas = 1680 personas.
- ✓ **Condominios la Perla:** 30 Departamentos = 120 personas.
- ✓ **Urb. “La Perla” Segunda Etapa:** 430 casas = 1720 personas.

Total = 71.574 Personas

Total casas = 7441 casas

- **Tamaño de muestra.**

Para obtener el tamaño de muestra para la población, este método permite sobresalir las tendencias de la muestra a la población, por lo siguiente se ahorra dinero, tiempo y recursos humanos.

FORMULA:

Cálculo de la muestra:

$$\frac{(k^2) * N * p * q}{(e^2 * (N-1)) + ((k^2) * p * q)}$$

(Lin, Marchal, & Wathen, 2012)

$$((1,88^2 * 71574 * 0,5 * 0,5) / ((e^2 * (71574-1)) + ((1,88^2) * p * q)))$$

$$n=138$$

n =	Tamaño de la muestra.	138
N=	Tamaño de la población.	71.574
E=	Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio, 8% (0,08)	0,08
p=	Posibilidad de que ocurra un evento p = 0,5	0,5
q=	Posibilidad de no ocurrencia del evento q = 0,5	0,5
k=	Nivel de confianza, que para el 94% es de Z = 1,88	1,88

R// Se necesita una muestra de 138 personas.

Análisis de Resultados de Encuesta

1. ¿Poseen canes en su domicilio?

Los resultados demuestran que 138 personas en la ciudadela Mucho Lote 2 que se le realizó la pregunta si tenían canes en su domicilio.

Indica que un total de población de hogares en el sector norte de la ciudadela de Mucho Lote 2 que es total de 10000 casas, lo que implica que hay un mercado meta de lo que quisiera que nos compre un total de 138 personas aproximadamente de la cual ese público que es el mercado meta abra que determinar cuál es nuestra cuota de mercado que es la participación.

2. ¿Cuántos canes tienen actualmente?

Mediante los resultados obtenidos refleja que habrá demanda en ese mercado en esas 10000 casas que hay en la ciudadela Mucho Lote 2 indica que el 65% de las personas, indicó que tienen actualmente un can, el 30% que tienen 2 canes en sus domicilios y un 5% las personas que tienen mas de dos canes.

3. ¿Qué servicios usted requiere para el cuidado de su can?

Los resultados demuestran que el 44% de los habitantes indicaron Veterinario/ Peluquería y Limpieza, el 39% solo en Peluquería y Limpieza, el 30% en Veterinario, el 11 % en todas las opciones y el 9% en Veterinario / Entrenamiento, en cuanto a que servicios requieren para el cuidado de su can.

Mediante los resultados obtenidos se indica que de los 10000 casas que hay en Mucho lote 2, las 138 personas que tienen canes en su domicilio si requieren de servicios para el cuidado de su mascota, en la cual existe una gran demanda que se tendrá en el plan de negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes.

Pese a que nuestra investigación se ha enfocado como un producto especial, en cuidado integral y entrenamiento de canes, un valor agregado de entrenar a los canes, los resultados dan a entender las personas no sienten la necesidad, con el presente proyecto hemos de establecer estrategias comerciales de persuasión y de venta para incentivar a las personas que se sientan atraída por este servicio.

4. ¿Usted lleva al veterinario a su can?

Los resultados demuestran que el 45% de las personas respondió que sí y el 55% que no, en cuanto si llevan al veterinario a su can.

Esto refleja que los propietarios tienen algun impedimento en la cual lleve su can al veterinario en que se demuestra un 45% de las personas si lo hacen y el 55% que no, es necesario verificar cuales son los motivos que no lo realizen.

5. ¿Cada que tiempo lleva su can al veterinario?

Los resultados demuestran que el 63% de las personas indicaron que en tres meses, el 29% en seis meses y el 8% en anual, en cuanto en que tiempo llevan a su can al veterinario.

Esto significa que las personas que son propietarios de los canes cada cierto tiempo si llevan a su mascota al veterinario y en ese sector hay un crecimiento de población que son los posibles clientes para la empresa de cuidado integral y entrenamiento para canes.

6. ¿Qué razones le impiden llevarlo al veterinario?

Los resultados demuestran que el 9% de las personas es por descuido, el 46% es que no hay un veterinario cerca de su domicilio, el 30% es por falta de tiempo y el 14% porque no hay buenos precios, en cuanto que razones le impiden llevar su mascota al veterinario.

Se tiene ventaja en la cual de las personas que se encuestó indicó el 46% que no hay un veterinario cerca de su domicilio, con la empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes en ese sector se podrá brindar el servicio de veterinario a los propietarios de la mascota que no reciban del servicio

7. ¿Usted contrata servicio de peluquería y aseo para su can?

Los resultados demuestran que el 60% de las personas indicaron que sí y el 40% que no, en cuanto que si contrata el servicio de peluquería y aseo para su can.

Existe un gran mercado en que contrata de un servicio de peluquería y aseo para su can, en donde el estudio para el plan de negocio se enfoca en ese sector en donde hay un crecimiento poblacional y son posibles clientes para la empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes.

8. ¿Cada que tiempo contrata los servicios de peluquería?

Los resultados demuestran que el 36% de las personas indicaron que en trimestral, el 23% en semestral, el 28% es bimensual y el 13% es anual en que tiempo contrata los servicios de peluquería.

Refleja que las personas que son propietarios de los canes cada cierto tiempo si contrata un servicio para peluquería en la cual, también influye la limpieza que es el baño a las mascotas. Significa que es un mercado potencial que se podrá brindar el servicio de peluquería para los canes.

9. ¿Qué razones impiden que usted contrate un servicio de peluquería?

Los resultados demuestran que el 9% de las personas le gusta hacerlo por uno mismo, 36% no hay el servicio cercano, el 15% que es por descuido y por falta de tiempo, el 25% que no hay buenos precios en cuáles son las razones que impiden contratar el servicio de peluquería.

Este servicio va a tener una demanda atractiva, aunque existen impedimentos para las personas contraten servicio de peluquería, del 36% no tienen el servicio cercano, con el estudio del plan negocio se establecerá la empresa en un lugar que sea cerca de su domicilio y tendrán precios accesibles para que requieran de la peluquería.

10. ¿Usted contrata servicio de entrenamiento para su can?

Los resultados demuestran que el 80% de las personas indicaron que no y el 20% que si, en cuanto si contrata el servicio de entrenamiento para su can.

Aunque la mayoría de las personas no contratan el servicio de entrenamiento para su mascota, se establecerá estrategias adecuadas para que las personas tengan la necesidad de solicitar el servicio para su can.

11. ¿Qué razones han impedido que contrate un servicio de entrenamiento?

Los resultados demuestran que el 34% de los habitantes, no ha encontrado un servicio cercano, el 24% no lo considera necesario, el 45% no hay buenos precios, en que razones le han impedido que contrate un servicio de entrenamiento para canes.

Aunque un total de 80% de las personas no contratan el servicio de entrenamiento para can, en la cual indicaron el 31% que no han encontrado un servicio cercano, por ese motivo se implementara ese servicio en que ya tendrán un local cerca a sus domicilios y puedan solicitar para entrenar a sus canes.

En las personas que no lo considera necesario, se realizara estrategias de marketing en el capítulo cuatro, para que tengan y sientan la necesidad de entrenar a su mascota.

En el siguiente capítulo, se establecerá precios justos y accesibles para las personas puedan requerir servicio de entrenamiento para su mascota.

12. ¿Usted compra comida para su can?

Los resultados demuestran que el 80% de las personas indicaron que sí y el 20% que no, en cuanto si compran comida para su canes.

Eso indica que es factible en el plan de negocio para brindar alimentos de canes, porque la mayoría de las personas encuestadas si le compran comida a su mascota.

13. ¿Qué marca compra?

Los resultados demuestran que el 32% de los encuestados indicaron que es Mimaskot, el 22% es Dog Chow, el 12% es Procan, el 10% es Nutra Pro y el Buen Can 11%, el 5% es Pedigree, el 3% es el Propac y el 4% son los Cani y Eukanuba 2%, Royal Canin 1%, en cuanto que marca de comida le compran a sus canes.

Refleja como principales que las personas adquieren alimentos para su can son como Mimascot, Dog Chow y Procan, en la cual esas serían las marcas que se ofrecería en el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes para las personas que tenga mascota.

14. ¿Usted cuanto estaría dispuesto a invertir mensualmente en su can para mantenerlo sano, buena presencia y disciplinado?

Los resultados demuestran que el 45% de las personas indicaron que el valor será de \$30.00, el 6% es de \$40.00, el 1% es de \$50.00, el 8% es de \$35.00, el 25% es de \$25.00, el 9% es de 20.00, el 6% es de \$45.00 en cuanto estaría dispuesto a invertir mensualmente en su can para mantenerlo sano, buena presencia y disciplinado.

Esto significa que propietarios de los canes si estás dispuesto a invertir para su mascota, porque refleja que desde \$20,00 hasta \$50,00 posiblemente seria el valor mensual que pueden requerir de un servicio para mantenerlo cuidado y disciplinado a su can.

- **Estado De Pérdidas Y Ganancias**

En el Estado de Pérdidas y Ganancias se detalla todas las ventas que se obtendrá en el Prodog ya sea de servicios y productos para los canes. En los costos se registra los valores que tienen cada producto obtenido por la empresa.

Los gastos detalla todos los gastos administrativos ya sea como salarios y sueldos y en lo laboral como agua potable.

Se registra las depreciaciones de los activos fijos en todos los años correspondientes.

En el primer año no se obtiene utilidad en la cual no se registra los gastos de impuestos por la renta y la participación de trabajadores, pero en los siguientes años si se los registra (Tabla).

Tabla 1 Estado de Pérdidas y Ganancias.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS						
Al 31 de Diciembre						
CUENTA	2017	2018	2019	2020	2021	
4. INGRESOS						
4.1. OPERACIONALES						
4.1.1. VENTAS						
4.1.1.01.002 VENTAS POR PRODUCTOS	\$ 14.332,74	\$ 25.739,53	\$ 46.224,51	\$ 83.012,57	\$ 149.078,65	
4.1.1.01.003 VENTAS DE SERVICIOS	\$ 34.890,34	\$ 62.658,04	\$ 112.524,84	\$ 202.078,44	\$ 362.903,85	
4.1.1.01.004 OTRAS VENTAS	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30	
TOTAL INGRESOS	\$ 49.223,08	\$ 88.397,57	\$ 158.749,34	\$ 285.091,01	\$ 511.982,50	
5. COSTOS						
5.1. COSTOS DE VENTAS						
5.1.1. COSTOS DE VENTAS PRODUCTOS						
5.1.1.01.001 COSTO DE PRODUCTOS	\$ 11.127,82	\$ 19.983,97	\$ 35.888,34	\$ 64.450,30	\$ 115.743,48	
TOTAL COSTOS	\$ 11.127,82	\$ 19.983,97	\$ 35.888,34	\$ 64.450,30	\$ 115.743,48	
6. GASTOS						
6.1. OPERACIONALES						
6.1.1. GASTOS ADMINISTRACION Y VENTAS						
6.1.1.01.001 SUELDOS Y SALARIOS	\$ 24.240,00	\$ 25.061,74	\$ 25.911,33	\$ 26.789,72	\$ 27.697,89	
6.1.1.01.002 DECIMO TERCER SUELDO	\$ 2.020,00	\$ 2.088,48	\$ 2.159,28	\$ 2.232,48	\$ 2.308,16	
6.1.1.01.003 DECIMO CUARTO SUELDO	\$ 1.062,00	\$ 1.098,00	\$ 1.135,22	\$ 1.173,71	\$ 1.213,50	
6.1.1.01.004 VACACIONES	\$ 1.010,00	\$ 1.044,24	\$ 1.079,64	\$ 1.116,24	\$ 1.154,08	
6.1.1.01.005 FONDO DE RESERVA	\$ 2.019,19	\$ 2.087,64	\$ 2.158,41	\$ 2.231,58	\$ 2.307,23	
6.1.1.01.006 APOORTE PATRONAL	\$ 2.699,73	\$ 2.791,25	\$ 2.885,87	\$ 2.983,71	\$ 3.084,85	
6.1.1.01.007 CAPACITACION	\$ 100,00	\$ 103,00	\$ 106,09	\$ 109,27	\$ 112,55	
6.1.1.01.008 SERVICIOS EXTERNOS	\$ 8.682,03	\$ 12.028,09	\$ 16.808,10	\$ 23.739,38	\$ 33.963,97	
6.1.1.01 LABORAL						
6.1.1.02.002 AGUA POTABLE	\$ 600,00	\$ 618,00	\$ 636,54	\$ 655,64	\$ 675,31	
6.1.1.02.003 ENERGIA ELECTRICA	\$ 960,00	\$ 988,80	\$ 1.018,46	\$ 1.049,02	\$ 1.080,49	
6.1.1.02.004 TELEFONIA FIJA Y MOVIL	\$ 960,00	\$ 988,80	\$ 1.018,46	\$ 1.049,02	\$ 1.080,49	
6.1.1.02.005 COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	\$ 900,00	\$ 927,00	\$ 954,81	\$ 983,45	\$ 1.012,96	
6.1.1.02.009 MATRICULACION	\$ 250,00	\$ 257,50	\$ 265,23	\$ 273,18	\$ 281,38	
6.1.1.02.017 SERVICIO DE INTERNET	\$ 600,00	\$ 618,00	\$ 636,54	\$ 655,64	\$ 675,31	
6.1.1.02.030 PLAN DE MARKETING	\$ 5.935,00	\$ 6.231,75	\$ 6.543,34	\$ 5.944,40	\$ 6.241,62	
6.1.1.04.Z DEPRECIACIONES						
1.2.2.02.002 DEP. ACUM EDIFICIO	\$ 1.250,00	\$ 2.500,00	\$ 3.750,00	\$ 5.000,00	\$ 6.250,00	
6.1.1.04.002 MUEBLES Y EQUIPOS	\$ 233,16	\$ 466,32	\$ 699,48	\$ 932,64	\$ 1.165,80	
6.1.1.04.003 EQUIPOS COMPUTO	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	
6.1.1.04.005 VEHICULOS	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00	\$ 5.400,00	\$ 7.200,00	\$ 9.000,00	
6.1.1.04.006 MAQUINARIAS	\$ 1.046,73	\$ 2.093,46	\$ 3.140,19	\$ 4.186,92	\$ 5.233,65	
TOTAL GASTOS	\$ 56.867,84	\$ 66.592,07	\$ 77.806,99	\$ 88.305,99	\$ 104.539,22	
UTILIDAD BRUTA	\$ (18.772,59)	\$ 1.821,54	\$ 45.054,01	\$ 132.334,72	\$ 291.699,79	
9. IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACION DE TRABAJADORES						
9.1. GASTO IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACION DE TRABAJADORES						
9.1.1. GASTO IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACION DE TRABAJADORES						
9.1.1.01.002 PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ -	\$ 273,23	\$ 6.758,10	\$ 19.850,21	\$ 43.754,97	
9.1.1.01.001 IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$ 400,74	\$ 9.911,88	\$ 29.113,64	\$ 64.173,95	
TOTAL IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACION DE TRABAJADORES	\$ -	\$ 400,74	\$ 9.911,88	\$ 29.113,64	\$ 64.173,95	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ (18.772,59)	\$ 1.420,80	\$ 35.142,13	\$ 103.221,08	\$ 227.525,84	
Utilidad socios	-	\$ 710,40	\$ 17.571,06	\$ 51.610,54	\$ 113.762,92	

Fuente: Elaborado por autora.

Situaciones a considerar:

- ✓ En el estado de pérdidas y ganancias como podemos observar a partir del segundo año la empresa tendrá utilidades, mismas que serán repartidas entre las socias.

- **Flujo de caja**

Tabla 2 Flujo de caja.

FLUJO EFECTIVO						
CONCEPTO	0	2017	2018	2019	2020	2021
INVERSION	\$ 72.548,88					
INGRESOS DE PRODUCTOS		\$ 14.332,74	\$ 25.739,53	\$ 46.224,51	\$ 83.012,57	\$ 149.078,65
INGRESOS DE SERVICIOS		\$ 34.890,34	\$ 62.658,04	\$ 112.524,84	\$ 202.078,44	\$ 362.903,85
OTROS INGRESOS		\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
VENTAS		\$ 49.823,08	\$ 89.027,57	\$ 159.410,84	\$ 285.785,59	\$ 512.711,80
EGRESOS		\$ 66.745,66	\$ 84.476,78	\$ 119.857,21	\$ 176.869,93	\$ 278.206,66
COSTOS VENTAS		\$ 11.127,82	\$ 19.983,97	\$ 35.888,34	\$ 64.450,30	\$ 115.743,48
ADM		\$ 52.037,95	\$ 56.932,29	\$ 63.317,33	\$ 70.986,44	\$ 82.889,78
DEPRECIACION		\$ 3.579,89	\$ 7.159,78	\$ 10.739,66	\$ 12.319,55	\$ 15.399,44
IMPUESTOS		\$ -	\$ 400,74	\$ 9.911,88	\$ 29.113,64	\$ 64.173,95
FLUJO NETO	\$ 72.548,88	\$ (16.922,59)	\$ 4.550,80	\$ 39.553,63	\$ 108.915,65	\$ 234.505,14

Fuente: Elaborado por autora.

- **Tir y Van**

El presente plan de negocios ha sido evaluado a través de la fórmula financiera del Valor Presente Neto, mismo que permite determinar si una inversión cumple el objetivo de maximizarla. El VAN del presente plan de negocios es de \$ 91.918,43 dólares americanos, valor equivalen al monto presente neto.

Para el cálculo del VAN (Tabla 42) se ha tomado en consideración el flujo neto efectivo que es la sumatoria de las utilidades contables en conjunto a la depreciación y la amortización de activos nominales, partidas que no generan movimiento de dinero, lo que implican un ahorro fiscal ya que están exentas de tributos fiscales.

Los flujos anuales de efectivo del presente proyecto están detallados a continuación, misma que sirven de base para el cálculo del VNA, que para su cálculo se utilizó una tasa del 16,82% que es la tasa efectiva máxima para el segmento productivo PYMES (Banco Central del Ecuador, 2017)

Tabla 3 Van y Tir

AÑO	VALOR
INV	\$ (72.548,88)
1	\$ (16.922,59)
2	\$ 4.550,80
3	\$ 39.553,63
4	\$ 108.915,65
5	\$ 234.505,14

VNA	\$ 91.918,43
TIR	42%

La tasa interna de retorno (TIR) del presente plan de negocios, es una media geométrica de los rendimientos futuros, que implica el supuesto de una oportunidad para reinvertir. Este indicador de rentabilidad está destinado para la aceptación o rechazo del proyecto, cuyo valor es del 42% para el presente plan de negocios, donde mide la rentabilidad de los cobros generados por la inversión desde el 2017 al 2021 de forma proyectada, en términos relativos, es decir en porcentaje.

CONCLUSIONES

Habiendo elaborado el presente proyecto de investigación en la cual se trata en el plan de negocio para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes tiene como objetivo prestar todos los servicios y brindar accesorios, alimentos para la mascota. Se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Mediante la creación de la empresa será viable por la optimización de recursos técnicos y financieros por medio que se aplica técnicas de recolección de información como encuestas que son enfocadas en el criterio de la población. Por ese medio se considera apropiado realizar un tipo de investigación cuantitativa en las cuales se obtendrá mejor información.
2. Técnicamente el proyecto es factible, ya que el estrato medio y alto de la ciudad de Guayaquil considera muy importante a su can por las que llegan a pagar hasta \$50,00 mensuales que están dispuestos a invertir mensualmente en el can para mantenerlo sano, buena presencia y disciplinado, es aquí donde actuará PRO-DOG, cubriendo la necesidad de aquel mercado.
3. Existen condiciones físicas (equipos, herramientas, insumos, entre otros) y humanas para iniciar la puesta en marcha en cuidado integral y entrenamiento de canes. Con ayuda de la estructura organizacional y administrativa coordinaremos las actividades encaminadas a brindar un servicio de calidad y a mantener una estrecha relación tanto con el cliente interno como externo.
4. En base a la investigación de mercado se observa que la población de esta ciudad esta dispuesta a adquirir los servicios que ofrecerá PRO-DOG, pues la mayoría de personas encuentran un serio problema al momento de escoger el lugar ideal que le brinde todos los cuidados que requiere su can y por su puesto que los traten como se lo merecen.
5. Mediante una proyección se podrá realizar una ampliación de la propuesta a otros sectores en la ciudad de Guayaquil, facilitando un aporte socioeconómico creando un mercado de oportunidades para empleos.
6. Realizando la investigación por medio de encuesta que fue realizada en el sector norte de la vía terminal terrestre pascual en Guayaquil y en hacer un estudio previo en el mercado, indica que es necesario que todo can deba tener un buen cuidado y alimentación.

7. Por medio del estado financiero se tiene como conclusión aunque en el primer año se registra pérdida en la empresa porque recién se está creando, pero en los siguientes años se puede obtener ganancias. Es decir es rentable el negocio en la cual si se puede crear para brindar todos los servicios y productos que los canes necesitan.
8. De acuerdo al estudio financiero el proyecto es rentable, ya que tiene un VAN positivo de \$ \$ 91.918,43; una TIR de 42%. Los resultados demuestran un alto nivel de rentabilidad para este proyecto que además genera una tasa de retorno muy atractiva y con posibilidad de expansión.

Resumen curricular de los autores

López Montecé Katherine del Rocío; Bachiller en Contabilidad y Administración, Egresado de la facultad de ciencias administrativas de la universidad laica "Vicente Rocafuerte", Asistente Administrativa en la empresa Tecnoviajes, Realizar control de los boletos libres del día, en que estén correctamente facturado, archivar facturas rosadas, cupones u otros documentos, realizar orden cobro del proveedor, realizar notas de crédito.

Gallegos Erazo Franklin Antonio; Escuela Superior Politécnica del Litoral Ingeniería Comercial y Gestión Empresarial, Magister en Administración de Empresas, mención Marketing en la Universidad de Guayaquil, cursando un doctorado en Administración Estratégica Empresarial "CENTRUM Business School", es docente en la Universidad Laica "Vicente Rocafuerte" donde imparte las materias de Ventas, Administración, Recursos Humanos, Marketing, Investigación de Mercados, Metodología de Investigación. Se ha desempeñado como docente en las Universidades Ecotec y Universidad de Guayaquil. Ha desempeñado cargos gerenciales en el área comercial y administrativo.

Referencias Bibliográficas

Banco Central del Ecuador. (Agosto de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Galindo, R. (2011). *Formulación y evaluación de Planes de Negocio*. Bogota: Ediciones de la U Transv.42 # 4 B-83. Recuperado el Septiembre de 2016

Google. (s.f). *Mapa de Guayaquil, Ecuador en Google maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-2.0589971,-79.9097167,14z>

Inec: Tamaño promedio del hogar ecuatoriano es de 3.9 personas. (3 de Mayo de 2013). Obtenido de la hora: http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101501635/-1/Inec%3A_Tama%C3%B1o_promedio_del_hogar_ecuatoriano_es_de_3.9_personas.html#.WCyslvI97IU

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Mexico: Pearson.

Lawrence, G., & Chad, Z. (2012). *Principios de administración financiera* (Decima Segunda Edicion ed.). Mexico D.F: Perarson.

Lin, Marchal, & Wathen. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. Mexico, D.F.: McGraw-Hill.